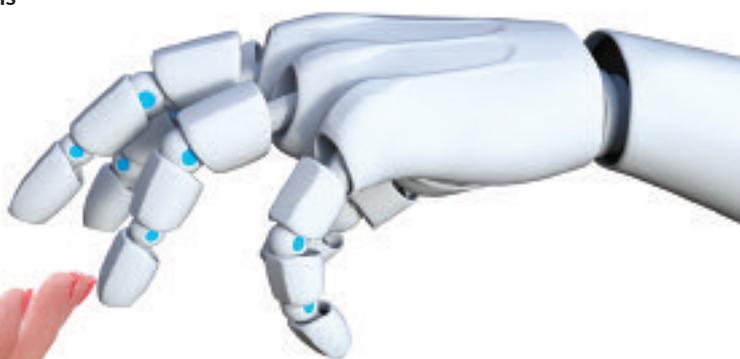




# A.I. nel turismo

Dai robot umanoidi agli assistenti virtuali, l'intelligenza artificiale al servizio del turismo è la soluzione del presente e del futuro per ottimizzare le operazioni di routine, dare un servizio sempre disponibile ai clienti e migliorare la qualità del lavoro dei colleghi umani **di Barbara Ainis**



**P**otrebbe sembrare ancora solo un gioco per attrarre like e notorietà sui social (e in qualche misura è anche questo), ma l'uso dell'intelligenza artificiale e dei robot umanoidi nel turismo è già oggi, nella realtà imprenditoriale del nostro Paese, molto di più. È una serissima opportunità per ottimizzare l'efficienza nello svolgimento delle operazioni di routine, che rappresentano nel nostro settore quasi la metà delle attività, ed è, lo si è verificato, una fonte importante di risparmio e di guadagno. Tra reminiscenze di film cult anni 80, aspettative controverse e futuristiche prospettive immaginifiche ecco che cosa è oggi possibile ottenere in hotel con l'ausilio di simpatici, ironici e personalizzabili robot.

## Turismo: il settore dove l'automatizzazione è più utile ed applicabile

C'è il cameriere che porta i piatti senza mai sbagliare una comanda, c'è il receptionist paziente e sorridente a qualsiasi ora del giorno, c'è l'assistente in chat dai modi suadenti e sempre pronto a rispondere ad ogni domanda e ad ogni esigenza. Non si tratta di dipendenti ideali quanto irreali, ma di sistemi robotizzati di intelligenza artificiale che possono ri-

spondere in maniera talvolta estremamente efficiente alle esigenze quotidiane di una struttura turistica. Se mai nessuna macchina potrà sostituire l'elemento umano e il tratto personale, in particolare in un ambito come quello dell'accoglienza, l'intelligenza artificiale è in grado oggi di offrire un servizio prezioso alle imprese turistiche e ai loro clienti. Contrariamente a quello che si potrebbe pensare, infatti, proprio il turismo è il settore nel quale l'automatizzazione delle operazioni di routine risulta più utile ed applicabile. Basti pensare al tempo che il personale di reception dedica ogni giorno, ogni settimana, ogni mese a rispondere sempre alle stesse banali domande: la password del wi-fi; gli orari della colazione e quelli della piscina; le indicazioni per orientarsi in hotel e i servizi offerti nella Spa... Si calcola che in un anno un dipendente dedichi diverse settimane del suo tempo lavorativo a fornire in modo ripetitivo e alienante la password per l'accesso ad Internet. Il risultato: stress e frustrazione per il lavoratore, senz'altro capace di contribuire in modo molto più proattivo, e un dispendio di risorse per il datore di lavoro. A queste e ad altre esigenze può rispondere oggi la robotica.

«In effetti l'idea di introdurre un robot nel nostro team è nata come risposta all'esigenza di sgravare dall'operativo noioso e ripetitivo la reception dell'hotel», ci ha detto **Riccardo Panzarini**, Hotel

## Robot o non robot?

Il concetto centrale che definisce l'intelligenza artificiale è l'autonomia nello svolgimento di compiti che normalmente richiedono l'intervento e l'intelligenza umani. Quindi, che abbia o meno sembianze umane, un robot è tale quando è in grado di sostituirsi all'uomo, in autonomia totale o con un minimo coinvolgimento umano. L'intelligenza artificiale esiste da decenni, ma solo di recente la tecnologia ha raggiunto livelli tali da permettere la programmazione e commercializzazione di macchine relativamente economiche da integrare nelle attività lavorative anche di piccole e medie dimensioni.



Google Home, che da agosto è presente in tutte le camere. Tutto il progetto complessivo è costato tra i 18mila euro e i 25mila euro, utilizzando un bonus di ricerca e sviluppo che ha consentito di assorbire il costo in credito d'imposta, e i ritorni sono molto rapidi: da marzo a giugno Aqua ha portato attraverso il chat bot introiti per 25/30mila euro».

### Da Paolo Pepper ad Aqua fino a Paolo Piri: i robot umanoidi crescono

Aqua è il nome dato dall'Hotel Terme Venezia a uno dei 11 robot umanoidi che si trovano in giro per l'Italia, 8 dei quali svolgono attività di sostegno al lavoro in ambito turistico. Si tratta del secondo robot il cui software è stato sviluppato e collegato ad una piattaforma di intelligenza artificiale in cloud da Jampaa, azienda padovana specializzata in neuro-marketing strumentale e intelligenza artificiale. «Quando pensiamo all'intelligenza artificiale ci vengono in mente gli algoritmi per l'elaborazione dei Big Data», ci ha spiegato **Mauro Puttoli**, co-founder e

L'introduzione dell'intelligenza artificiale nel settore del turismo permette di ridurre l'impegno umano sul lavoro di routine e di rendere più efficienti le operazioni di reception e comunicazione. In alto: Aqua, il robot dell'Hotel Terme Venezia



sales manager di Jampaa. «Ma, quando il Ciset dell'Università di Venezia Ca' Foscari, con cui collaboriamo, ci ha chiesto di ottimizzare la produttività andando a ridurre le operazioni quotidiane di routine del settore turistico (che rappresentano ben il 48% delle attività, fonte McKinsey Europa) abbiamo pensato all'introduzione di robot umanoidi nelle reception. Un anno fa è entrato nel primo albergo italiano il primo robot umanoide con la nostra piattaforma di A.I., Paolo Pepper: il Park Hotel di Peschiera del Garda. Da alcuni mesi con Paolo Piri, il secondo robot [quello utilizzato nell'hotel di Abano, ndr] capace di muoversi e accompagnare gli ospiti quando necessario, abbiamo fatto ulteriori passi avanti. Durante quest'anno abbiamo mappato le attività di reception (che sono in buona parte ripetitive e sempre le stesse) e abbiamo verificato l'engagement che i robot hanno suscitato. I risultati sono stati davvero molto soddisfacenti: anche se non potrà mai sostituire il calore umano, il coinvolgimento è molto alto, con picchi emozionali elevati, in tutte le fasce d'età, dai

Millennials alla Silver Economy. Al termine di questo primo anno, abbiamo anche intervistato i dipendenti dell'hotel e abbiamo verificato come sia migliorata la qualità del loro lavoro».

### Un 30% di occupazione umana in più nell'alta specializzazione

Quello del lavoro è un argomento molto sensibile, specie quando si parla di automazione. Il timore, come di fronte ad ogni rivoluzione industriale, è quello della perdita di occupazione. In effetti i robot e l'intelligenza artificiale sicuramente andranno a sostituire molte di quelle attività di routine nelle quali il rapporto umano non è strettamente necessario, ma come ogni altro processo di automazione, dalla lavastoviglie ai caselli autostradali o alle casse automatiche del supermercato, anche questo condurrà ad un cambiamento molto più articolato e complesso. Non privo di criticità, ma sicuramente ricco di prospettive. «Perderemo molti posti di lavoro, ma ne guadagneremo oltre il 30% in più», ci ha detto con sicurezza Mauro Puttolo. «E saranno

L'intuitività e le capacità relazionali e cognitive che l'A.I. è in grado di incrementare costantemente rendono questi strumenti ben accetti da clienti di tutte le fasce d'età



lavori di più alta specializzazione». In un settore come il turismo, inoltre, la crescita a cui stiamo assistendo, anche nel nostro Paese, richiede alle imprese e ai dipendenti sempre nuove competenze. La possibilità di destinare tempo e risorse ad attività a più alto valore aggiunto potrà rappresentare un vantaggio per tutti. «Dietro Aqua c'è l'azienda e non è stato lasciato a casa nessuno», ci ha detto con orgoglio **Riccardo Panzarini** dell'Hotel Terme Venezia. «Ai nostri clienti piace il robot, ma gli si rivolgono perlopiù se c'è fila, altrimenti cercano ancora il collega umano. Inoltre, dietro il robot ci sono due persone che dedicano parte del loro tempo al lavoro sui dati raccolti: il data base di informazioni sulle esigenze dei clienti raccolte è fondamentale per noi per conoscere più a fondo le esigenze dei nostri clienti. Banalmente se verifichiamo che spesso i clienti chiedono spiegazioni su un determinato argomento, probabilmente questo vuol dire che la comunicazione su quell'argomento in hotel non è efficace. Non vai più a naso o fai questionari. Non hai problemi di privacy, l'archiviazione è anonima e sono esclusi parametri biometrici. È semplicemente fenomenale per l'accoglienza».

### Supervisor machine learning: il filtro etico del robot

E se le imprese turistiche possono imparare dai dati raccolti dai robot e dai sistemi di intelligenza artificiale, questi stessi simpatici collaboratori sono sempre pronti ad apprendere e a crescere nella loro capacità di rispondere alle esigenze dei clienti. Quando si parla di robot, si utilizza il termine "machine learning": vale a dire un algoritmo di apprendimento automatico. Nel caso dell'intelligenza artificiale applicata al turismo, come nel caso di Aqua e degli altri Paolo Piri, siamo di fronte alla "supervisor machine learning": l'algoritmo del robot viene alimentato da un supervisore che verifica i dubbi che la macchina si trova ad avere di fronte ad alcune domande che le vengono rivolte, validifica l'eventuale risposta fornita oppure integra l'algoritmo con

## Quattro modi di dire A.I. nel turismo

### 1. CHAT BOT: PARLA CON ME

Una rivoluzione nella rivoluzione: i chat bot stanno crescendo senza clamore, ma a velocità da capogiro, cambiando radicalmente la comunicazione on line tra aziende e utenti. Parliamo di quei software studiati per simulare una conversazione tra esseri umani, strumenti sempre più utilizzati per rendere efficiente e sempre disponibile il servizio di customer care. Si stima che entro il 2025 il mercato mondiale dei chat bot raggiungerà il valore di 1,25 miliardi di dollari, con un tasso di crescita del 24,3%. Già oggi vengono scambiati oltre 2 miliardi di messaggi B2C online, il 56% degli utenti preferisce un messaggio a una chiamata e il 53% è più predisposto ad acquistare da aziende che forniscono un sistema di messaggistica (fonte the-nexttech.startupitalia.eu)

### 2. ROBOT-CONCIERGE E ROBOT-CAMERIERI

Paolo Pepper, Paolo Piri, Aqua e i suoi fratelli stanno aprendo in Italia la strada ai robot nel turismo. Ma sono già alcuni anni che, tra Giappone e Stati Uniti, si fanno tentativi per rendere la presenza di robot umanoidi in hotel utile e gradita. Tra i primi e di maggior successo c'è stata la concierge Connie dell'Hilton McLean di Tyson in Virginia, un progetto sviluppato nel 2016 in collaborazione con IBM. Tornando in Italia, ha conquistato le pagine dei giornali nella scorsa primavera l'iniziativa del Gran Caffè Rapallo, il locale storico un tempo frequentato da Hemingway che oggi vede girare tra i tavoli due simpatiche robot-cameriere di fattura cinese. In questo caso l'operazione, voluta dal giovane titolare Gabriele Hu, anche lui cinese d'origine, è soprattutto concentrata sulla comunicazione e il marketing (social e stampa), oltre che sull'ottimizzazione dei tempi del servizio.

### 3. L'ANALISI DEI DATI

L'A.I. nel turismo è anche raccolta e interpretazione dei dati per profilare i clienti, indirizzare business practice e decidere le strategie di prezzo. L'intelligenza artificiale riesce a compiere tutto questo in autonomia e con tempi e margini di errore estremamente ridotti rispetto all'intervento umano.

### 4. DI CHE UMORE SEI?

I robot umanoidi sono sempre più capaci di uno sviluppo cognitivo e anche emotivo. Possono essere ironici e adattare la propria comunicazione all'età, al sesso e alle emozioni del loro interlocutore. Ma soprattutto possono riconoscere nel viso della persona con cui parlano tutti gli elementi che servono a una comunicazione efficace. I software di riconoscimento facciale dell'espressività consentono al robot di inquadrare immediatamente le caratteristiche e lo stato d'animo del cliente che gli si rivolge e, in questo modo, rispondere nella forma più adeguata e gradita.

una nuova risposta adeguata. Questo permette di fornire anche una sorta di filtro etico o morale alle risposte del robot e di garantire sempre la correttezza delle risposte fornite... di fronte a qualunque tipo di domanda.